心理科学进展 2019, Vol. 27, No. 12, 1951–1966
Advances in Psychological Science DOI: 10.3724/SP.J.1042.2019.01951

•主编特邀(Editor-In-Chief Invited)•

市场化与人际信任变迁*

辛自强

(中央财经大学社会与心理学院心理学系，北京 100081)

摘 要 在中国的市场化进程中，我们正在面对一个确定的事实：人际信任逐年衰落。虽然已有研究一致证明信任可以促进经济发展，然而，很少有文献阐明市场经济发展对信任的影响。整合近年来各种新获得的宏观和微观证据可以发现，市场化对信任存在抑制作用。具体来说，我国的市场化进程中，市场的动力属性充分彰显，鼓励人们逐利和竞争，激活了人们的创富热情，但也造成经济人信念的流行，破坏了信任者对人性的乐观预期；然而，相应的市场规则和社会规则发育不足，无法充分保护信任者。最终，市场化在消蚀经济赖以发展的基础——信任，致使信任下滑。因此，建立基于规则的、诚信的市场经济是阻遏信任衰落乃至重建信任的必要路径。

关键词 人际信任；市场经济；市场化；规则；人性

分类号 B849:C91

有学者指出“信任是社会生活的鸡汤。它带给我们各种各样好的事物” (尤斯拉纳，2006，p.1)，如积极参与社群生活、经济的高速增长、对政府的满意度以及愉快的生活。然而，在中国一个确定的事实是：人际间的信任，或者整个社会的信任，在衰落。信任的衰落可能与市场经济的发展或者市场化进程存在某种关联，因为市场经济假定人们都是经济人，鼓励竞争和逐利，这会破坏人们对人性的乐观预期，然而，信任意味着我们相信别人不会利用我们的信赖和善良来谋取个人利益，二者之间有着内在矛盾。本文试图整合我们最近10年的研究结果阐明二者的关联机制，以期为信任重建提供思路和依据。

1 信任衰落：一个确定的现实

目前社会科学家已经对信任进行了大量研究，如福山、卢曼、吉登斯、普特南等都有信任方面的重要著述。举例来说，根据对陌生人的信任程度，福山(2001)把人类社会分为两类，一类是以美国为代表的“高信任社会”，另一类是“低信任社会”，华人文化圈是其代表。在福山看来，虽然华人社会对熟人的信任度很高，但缺乏对陌生人的信任，故划入到“低信任社会”之列。然而这一理论观点并没有得到数据的支持，“世界价值观”调查的数据显示，中国的信任水平并不低，至少远高于美国。2005~2008年期间中国的信任指数(公式为：100 + 认为“大多数人是可以信任的”的百分比 – 认为“与人交往小心为好”的百分比)得分为120.9，美国这一时期的分数仅为 78.8 (Medrano, 2015)。专门针对中国人和美国人信任的调查也否定了福山的观点，实际情况是中国人对本国公民的信任得分显著高于美国人对本国公民的信任(Niu, Xin, & Martins, 2010)。

虽然福山的类型学划分未必符合实际数据，但在理论上揭示了中国人信任的一个鲜明特点：中国人的信任很大程度上依赖于熟人关系，至少传统上如此；一旦进入陌生人的世界，信任就很难建立起来。随着中国的现代化，人们的生活已经不限于熟悉的村落和社区，而更多要与陌生人交往，因此相比之前，信任会有所衰落。无论是研究结果，还是直观经验都告诉我们，若纵向来看，一个不得不面对的事实是：中国的人际信任在不

收稿日期：2019-08-22
* 国家社会科学基金重大项目(17ZDA325)资助。
通信作者：辛自强, E-mail: xinziqiang@sohu.com

断衰落。

证据 1：信任现状堪忧。中国社会科学院 2013 年发布的《中国社会心态研究报告(2012~ 2013)》调查了北京、上海等城市居民的信任度，得出了“中国城市居民信任不及格”的结论(王俊秀，杨宜音，2013)。虽然这种单次的调查不能说明信任的变迁趋势，但所描述的信任现状令人忧虑。最近一项在瑞士、美国等 40 个国家进行的研究，考察了社会机构的前台人员在收到有人上交所捡到的钱包后，是否联系失主(钱包里有失主电子邮箱信息)以便归还，以此来作为“诚信”指标，结果表明，中国人的诚信水平在这 40 个国家中是垫底的(Cohn, Maréchal, Tannenbaum, & Zünd, 2019)。虽然这项跨国比较研究的方法严谨性可以争议，但基于同样方法的测试结果差异，大致还是能反映一些实际情况。生活实例的确一再提醒人们信任和诚信出了问题，甚至信任危机的存在。传销网络中损害熟人以饱私利的“杀熟”现象，就是人际信任衰落的典型症状；有人曾根据当时工商部门的不完全统计指出，那时我国每年订立的合同约 40 亿份，而履约率只有 50%多(朱时艺, 2006)，这说明虽然有《合同法》作为制度后盾，但是人们的契约精神和商业信任都很脆弱。

证据 2：大学生信任在下滑。辛自强和周正(2012)最早对采用 Rotter “人际信任量表”调查大学生人际信任水平的 53 篇研究报告(共包括 24233 名大学生)的横断历史元分析表明，我国大学生人际信任水平在 1998~2009 年间显著下降：相比 1998 年(这是研究者找到的最早文献所用数据的收集年代)，2009 年时大学生的人际信任得分从 82 降低至 72，下降了 1.19 个标准差(即效果量 $d = 1.19$)，这是一个令人震惊的下降。根据 Cohen (1977)的观点，$d = 0.80$ 属于“大效果量”，$d = 0.50$ 属于“中等效果量”。

后来研究者多次更新该元分析数据库以考察最新的趋势，结果表明：相比 1998 年，2011 年的信任得分下降了 1.07 个标准差(基于 82 篇研究，34151 名被试; Xin & Xin, 2017)，2015 年的信任得分下降了 0.59 个标准差(基于 133 篇研究，56368 名被试; Zhang & Xin, 2019)，2016 年的信任得分下降了 0.54 个标准差(基于 141 篇研究，64853 名被试; Yang & Xin, 2019)。综合这些结果可得到两点结论：一是总体而言，我国大学生信任水平呈下降趋势；二是这种下降趋势正在明显放缓。

证据 3：居民信任在下滑。有学者综合“世界价值观”调查以及各种调查数据发现，中国的信任度虽然有所波动，但总体上处于不断下降的趋势。根据以中国普通居民为被试的 4 次“世界价值观”调查，在“大多数人是可以信任的”、“与人交往小心为好”两个选项中，中国被试选择前者的比例，1990 年为 60.3%，1995 年为 52.3%，2001 年为 54.5%，2003 年下降到 46.3%；亚洲民主动态调查的结果也表明，2002 年中国大陆地区的信任水平比 1990 年下降 18.5% (马得勇, 2008)。

对 2010~2013 年的 4 次中国综合社会调查(CGSS)结果的分析表明，居民信任仍在下降。CGSS 是对中国大陆 18 岁以上居民的代表性样本调查，其中询问了被试“总的来说，您同不同意在这个社会上，绝大多数人都是可以信任的” (5 点记分，1=非常不同意，5=非常同意)，统计结果表明，2013 年信任得分(M=3.28)显著低于 2010 年(M = 3.50) (Zhang & Xin, 2019)。

上述证据一致表明，无论是普通居民还是大学生的信任得分都在下降。信任反映的是信任者和被信任者双方的人际关系状况，信任水平的下降不仅反映了信任者的心理改变，更表明他人和社会变得不那么值得信任了。或者说，人际信任得分的降低意味着整体社会信任的衰落。而信任衰落、诚信的缺失明显增加了社会运行的成本，这是我们在市场化进程中必须面对的问题。

2 市场经济发展与信任变迁的关系：研究现状和问题

虽然可以用“现代化造成陌生人社会，陌生人社会破坏信任” (吉登斯, 2000)这样的逻辑笼统地解释信任的衰落现象，但是这个框架太粗略。现代化过程中究竟发生了什么？在我国，现代化最核心的内容之一是市场化，以及由此带来的经济快速发展。市场化或市场经济发展与人际信任是什么关系呢？

2.1 老故事：信任促进市场经济发展

信任促进经济发展，这是经济学界反复讲述的一个“老故事”了。这方面最权威的证据是世界银行的 Knack 等人的研究。Knack 和 Keefer (1997)对 29 个市场经济体的研究发现，人们之间的信任水平每提高 1 个标准差会带来 1.15%的经济增长。

此后，他们对 41 个市场经济体的研究证明，信任每增加 7 个百分点，投资与 GDP 之比增加 1 个百分点；信任每增加 15 个百分点(相当于增加 1 个标准差)会带来 1%的经济增长(Zak & Knack, 2001)。其他学者也都验证了这一发现(如 Beugelsdijk, de Groot, & van Schaik, 2004; Roth, 2009; Whiteley, 2000)。总之，研究结果一再表明，信任可以促进投资和经济发展。

不仅宏观层面的跨国数据证明了信任对经济发展的促进作用，而且信任对企业发展一样有积极作用。张维迎和柯荣柱(2002)通过分析中国跨省的信任调查数据，揭示了信任对一个地区的经济绩效，如企业规模、企业发展速度、引进外资等的促进作用。福山(2001)也曾提出，对陌生人的信任是建立大规模的现代化企业的关键。在传统的家族企业里，企业所有者往往只信任自己的亲属，而不敢把企业的经营管理权交给陌生的职业经理人，这种信任模式严重限制了家族企业的发展；相反，现代化大型企业的发展，则要以信任有能力的陌生人为前提。其他研究也一再证明，人际信任对于经济运行、社会生活、个人幸福都有积极意义(Algan & Cahuc, 2013; Bjørnskov, 2012)。总之，目前研究者几乎都认可信任对市场经济发展的重要促进作用。

信任之所以能促进市场经济发展，是因为它促进了陌生人之间的交往和交易，减少了社会交换成本。对美日韩三国的汽车制造商与供货商的信任关系的研究发现，信任减少了双方的交易成本(r = −0.18)，增加了信息分享(r = 0.31) (Dyer & Chu, 1997)。根据英国华威大学商学院的一项研究，建立在信任基础上的外包合同，比起建立在规定了各项惩罚条款的严密协议基础上的合同，会给双方带来高达 40%的信任红利(转引自柯维，梅丽尔, 2011, pp.42−43)。可见，“信任并不只是个锦上添花的可有可无的因素，它会产生经济结果。当信任下降，效率也下降，而成本将上升(柯维，梅丽尔, 2011, p.34)。”这是因为高信任有助于减少为防止欺诈和失信行为而不得不制定繁琐的法律和法规以及相应的防范措施，有效简化了社会的复杂性(卢曼, 2005)，降低了社会运行成本而提高了运行效率；高信任鼓励个体更多地参与经济交易，创造了更多商业机会；高信任也鼓励了人际交往，增加了社会资本，促进了社会和谐和个人幸福。

2.2　新问题：市场经济发展会促进人际信任吗

虽然基于不同国家和地区的横向比较来看，信任水平能够预测经济增长(Algan & Cahuc, 2013; Bjørnskov, 2012; Knack & Keefer, 1997)，但这不意味着“反之亦然”。我们推测，事实可能恰恰相反：市场化的过程，会伴随，甚至导致信任的衰落。

虽然直接考察市场经济影响信任关系的研究不多，但有些研究涉及到了与信任有关的变量，如合作、捐赠这类亲社会行为，或者性质相反的行为，如自利。例如, Reeson 和 Tisdell (2010)发现，市场可以导致更多的自利行为。他们的实验显示，在公共物品博弈的初期，许多被试准备做出捐赠，然而市场机制的引入激活了他们的“市场本能”，他们最终放弃了先前表达出的捐赠意愿，转而追求自身利益的最大化。信任是类似于捐赠的亲社会行为，由此推理，市场机制可能会破坏信任。

但是，相反的观点和证据也存在。对不发达的小规模社会的研究表明，对市场的参与让人们更加关注他人，虽然它对彼此的合作没有影响(Henrich et al., 2001, 2010)；而有研究发现，市场参与能够增加合作(Herrmann, Thoni, & Gachter, 2008)。一项行为经济学实验似乎能直接证明“市场启动”与信任增加之间有因果关系(Al-Ubaydli, Houser, Nye, Paganelli, & Pan, 2013)。这项研究以美国乔治梅森大学的学生为被试，接受“市场启动”的实验组被试的任务是用一些与市场有关的词汇组成句子，研究表明，这种造句练习启动了被试头脑里的“市场表征”，所以他们在其后的博弈实验里表现出了更高的信任水平。这或许是因为“市场”对于这些美国学生而言，意味着与陌生人交往而获益的过程，由此增加了对陌生人的信任。

总体而言，关于信任促进经济发展的证据已经很充分且达成了共识，这是个不必过多重复的“老故事”；但是，市场经济发展如何影响信任却是一个有待探讨的新问题。关于市场化和信任的关系是存在争论的。如上所述，有研究暗示了市场化对信任的破坏作用，也有研究证明了其积极作用。之所以出现不一致的研究结果，可能源自问题本身的复杂性和已有研究方法学上的缺陷。

首先，“市场经济”在不同的文化和社会中，或许有不同的实践和含义，由此对人们的心理(如合作、信任等)有不同影响。Al-Ubaydli 等(2013)证

明“启动市场表征促进了信任”，他们认为对于美国这样一个规则清晰的市场经济体而言，市场拥有保证与陌生人安全交往的制度体系；然而，在中国的研究证明，利润计算等商业活动会启动经济人信念，从而破坏信任(Xin & Liu, 2013)。“市场”对于美国人和中国人的意味或许并不相同。

其次，多数证明市场化会促进信任的研究，在方法学上存在不足。例如，有的研究只是基于一些观察或调查结果，就推论出“市场可以促进信任”这样的因果结论(Henrich et al., 2001, 2010)，这种研究无法排除干扰变量或其他可能的解释。

最后，关于市场化对信任的影响，目前并没有将宏观的横断研究和纵向研究，以及微观研究整合起来。现有宏观研究，往往只采用横向比较方式，分析不同国家和地区市场经济发展与信任的关系，而且多以信任来预测经济发展，很少考虑市场经济对信任的影响；这类宏观研究也没有做纵向考察，以确定某一特定国家或地区在市场化的不同阶段，信任会有何差异。例如，在过去几十年，中国一直处于市场化的过程中，市场化的程度在不断加深，这就需要探明它和信任水平的时间相关模式。此外，市场化作为一个宏观背景变量以何种机制进入个体生活层面并影响到个体心理，需要通过微观的心理学实验研究以揭示其中的机制。

2.3 新假说：市场化抑制人际信任

基于上述的文献分析和对中国社会现实的观察，我们意识到应该在我国市场化进程中来思考人际信任乃至整体社会信任的衰落原因。我国 40 多年的改革开放进程，就是不断市场化的过程。如同有学者指出的，“市场化”是我国经济改革的核心所在(樊纲，王小鲁，马光荣，2011)。我国从改革开放之初的计划经济，向“有计划的商品经济” (1984 年)、社会主义市场经济(1992 年)不断推进。2013 年召开的中共十八届三中全会提出“紧紧围绕使市场在资源配置中起决定性作用深化经济体制改革”，把市场化推向了新的高度。毫无疑问，市场在资源配置、提高效益和效率方面有巨大作用，但市场在某些方面会失灵，市场经济发展过程中也会伴随，甚至带来成本“外部性”问题(如污染)、人际冷漠等弊病。然而，已有研究很少从实证角度关注市场化进程中的心理成本或代价问题，人际信任的衰落似乎就是一个与市场化相伴生的重要心理代价。由此，我们的基本理论假说是：市场化可能是信任衰落的原因，市场化及其伴生的某些重要特征在侵蚀人际信任。近 10 年来，我们一直在不同层面开展对这一假说的实证研究，下文从宏观和微观等不同层面提供证据。

3 我国市场化进程对信任的影响：证据与机制

3.1 市场化预测信任衰落的宏观证据

市场化进程和信任变迁之间跨时间的相关可以提供最直接的宏观证据。我国的市场化是一个不断推进的过程，不同时期的市场化程度可以通过“市场化指数”来衡量。该指数由经济学家樊纲等人开发，他们综合政府与市场的关系、非国有经济的发展、产品市场的发育、要素市场的发育、市场中介组织发育和法律制度环境等方面研制并发布了我国历年的“市场化指数”以及各省区的市场化指数(樊纲，王小鲁，朱恒鹏，2010)。要考察市场化与信任变迁的关系，就需要历年的信任数据，在我国并没有每年的信任追踪数据。如前所述，我们可以利用的只有我国大学生信任变迁的横断历史元分析数据库。首先将 3 年前、1 年前、数据收集当年、1 年后和 3 年后的市场化指数与当前的信任得分进行匹配，然后通过“滞后相关”的统计技术来揭示是市场化预测信任变迁，还是信任变迁预测市场化，因为“时间差” (滞后)的引入有助于确定预测方向。统计结果表明，3 年前和 1 年前的市场化指数显著负向预测了其后的信任水平(β 值均为−0.35)，其他数据匹配模式中的预测关系明显较弱或不成立(Xin & Xin, 2017)。可见，大学生的信任水平随着此前市场化程度的提高而降低。

我国地域辽阔，各地的市场化进程并不同步，通过各省区市场化指数与该省居民信任水平的相关，可以揭示二者横向的宏观关联。中国综合社会调查(CGSS) 2010 年的数据中包括了对全国各省区居民信任的测查。对于一般人际信任的调查有两道题目：“总的来说，您是否同意在这个社会上，绝大多数人都是可以信任的”；“总的来说，您是否同意在这个社会上，您一不小心，别人就会想办法占您的便宜” (需反向计分)。这两题都为 5 点计分(1~5)，二者均分可以作为一般人际信任的指标，进一步可计算出每个省区的人际信任均

分。将我国 29 个省区(除西藏和青海之外的所有省区)的居民信任均分与各自省区 2010 年的市场化指数相匹配，考察二者相关模式，结果表明，我国各省区的信任水平与其市场化指数呈显著负相关($r = -0.43$)。那些市场化程度较高的省区，如北京、上海、天津、广东、江苏、浙江等，其居民信任水平反而较低；而那些市场化程度较低的省区，如甘肃、宁夏、新疆、云南等，其居民信任水平反而较高(Xin & Xin, 2017)。

上述研究分别从纵向和横向两个角度证明，我国的市场化程度是信任衰落的一个重要预测因素。信任如同能源和环境一样，是经济赖以发展的资源基础，而当前市场化过程中的某些缺陷和局限正在过度消耗人际信任。如以牺牲诚信为代价做"一锤子"买卖，从而破坏社会信任。信任和自然资源一样是经济可持续发展的基础，透支诚信、欺骗他人信任可以给市场主体换取暂时经济利益，但最终会侵蚀或消解经济持续发展的基础——信任。这方面的典型案例就是 2008 年曝光的"毒奶粉"事件。三鹿奶粉中非法添加三聚氰胺，给消费者身心造成巨大创伤，也严重破坏了消费者对我国乳制品行业的信赖，导致持续的经济和社会后果。

3.2 市场化对个体信任的影响：经济人信念的解释

在宏观层面所揭示的市场化对信任衰落的预测关系，只有放到个体或具体的市场主体层面才能更清楚地看到二者关联的方式和机制。市场化改革的深化，意味着更多的经济主体更深度地参与各类市场活动。不断参与市场交换或各种商业活动，可能让人们习得"经济人信念"——对人作为"经济人"这样一种人性本质的认同和坚信。

"经济人假设"是经济学对人性问题最基本的看法。1776 年，亚当·斯密《国富论》一书的出版，被视为经济学成为独立学科的标志。在这本书中，斯密(2005)认为利己是经济活动乃至所有社会活动的根本动机。他指出"我们期望的晚餐并非来自屠夫、酿酒师或面包师的恩惠，而是来自他们对自身利益的关切(斯密, 2005, p.14)"。每一个从事经济活动的人都是利己的，所追求的唯一目标是自身经济利益的最大化，如消费者追求满足程度的最大化，生产者追求利润最大化(Doucouliagos, 1994)。这个观点逐渐演变成了后来所谓的"经济人假设"，成为经济学(尤其是新古典经济学)最核心和最基本的人性假设(Becker, 1976; Doucouliagos, 1994)。经济学此后的发展一直将 18 世纪以来的经济人假设作为整个学科的基础，在这里人被抽象成两个特征：理性的(计算的)和自利的或追求自我利益最大化的(算计的)。总之，人被设想成有计算能力的，以达到为私利而算计的目的(辛自强, 2014; Xin & Liu, 2013)。

在市场经济中，人们难免会习得经济人假设，并将其作为自己的人性观——经济人信念，认可自己是经济人，并相信他人本质上也是经济人，就如同"每一个人都靠交换来生活，在某种程度上变成了一个商人，而社会本身也逐渐成为一个完完全全的商业社会(斯密, 2005, p. 19)"。这种人性观的确立，可能会破坏信任，因为信任的前提是相信别人是善良的，不会利用我们的弱点而牟利；但人们普遍持有的经济人信念，假定每个人都在为自己的私利而算计。

经济人信念获得的一种方式是"学习"。它指在财经类专业的专门学习过程中，内化或掌握了经济人信念，从而抑制人际信任。我们最初在一项调查中发现了证据，那些学习了 3 年经济类专业的大学生比其他专业学生的信任水平更低，虽然大一时两类学生没有差别(辛自强, 窦东徽, 陈超, 2013)，其原因可能是 3 年的专业学习让经济类学生内化了经济人信念，从而不再那么信任他人。为了确证其中的因果关系，一项实验让被试抄写包括 187 个汉字的一段话，并告知他们这是为了研究其笔迹心理特征。其中实验组被试抄写的是有关"经济人假设"的一段文字，对照组抄写的是有关心理学研究方法的一段文字，结果发现，实验组在随后的信任调查和投资博弈问卷中都表现出了更低的信任水平(Xin & Liu, 2013)。这个实验模拟了经济类专业学习者内化经济人信念的过程，这种人性观的形成会削弱其信任。在过去几十年，我国高校培养了大量的经济类专业人才，他们带着经济人信念，走入了企业、政府和社会的各个行业和部门，这必然会影响其人际信任的表现。

经济人信念获得的另一种方式是"习得"。它指在日常经济活动的参与中自然而然地获得，如计算企业的利润或个人购物的成本时，以及算计人际交往的得失时，都是在经济利益的意义上看

待人性。这种习得的经济人信念对信任的破坏作用，在一项访谈研究中得到了间接的印证。在 20 世纪 90 年代俄罗斯进行市场化的过程中，被访谈的银行从业者都认同自己是“经济人”，是“金钱经济的先驱” (Dinello, 1998)，这种经济人信念在银行业以及大众中的流行可能是导致该国信任衰退的原因。为了确定习得的经济人信念和信任之间的因果关系，研究者开展了 2 项实验(Xin & Liu, 2013)：在一项实验中让实验组被试做两道利润计算题，而对照组阅读有关黄土形成的科普文章，结果实验组在此后的信任测试中比对照组表现出了更低的信任水平；在另一项实验中，实验组被试要扮演公司经理，并设想自己在公司年会上宣布公司利润年增长 50%的目标，还要写出设定这一目标的理由和实现方法，而对照组任务情境则是帮某个同学提高学习成绩，其余要求相同，此后的结果同样是实验组表现出了更低的信任水平。这两项实验模拟了人们日常参与经济活动时习得经济人信念从而破坏人际信任的过程。改革开放以来，经济建设一直是我国各项建设事业的中心，这是一个全民参与经济活动并习得经济人信念的历史时期，可能由此破坏了人们的信任。

3.3 经济人信念对信任影响的领域性

在经济背景下获得的经济人信念对信任的影响，是否与信任发生的情境或主题有关？换言之，这种影响是否跨领域存在或可以泛化？之所以提出这一问题，有两个原因。一是信任本身会随情境和主题而改变。人们在面对借钱、分享信息(如说出自己的丑事)等主题时，表现出不同的信任水平，且主题对信任的影响模式还存在文化差异(刘春晖，辛自强，林崇德，2013；牛江河，辛自强，2009)；二是不同活动领域或主题下可能有不同的行为规则。一般而言，经济领域以追求利益、理性计算为核心规则，社会领域以合作、协调、互助等为核心规则(Pillutla & Chen, 1999)。例如，Pillutla 和 Chen 发现，在公共物品博弈中，如果将博弈情景设定为投资者进行投资，被试预期其他人会表现出更多的竞争；如果将博弈情景设定为工厂代表向社会进行捐赠，被试预期其他人会表现出更多的合作。一项有关银行业从业人员的实验发现，如果凸显被试身份信息(如询问他们在哪个银行工作，从事银行业多少年了)，他们就会比不凸显银行业身份信息时(只问他们业余爱好之类)表现出更多的不诚实行为，但对其他行业员工的研究没有发现这种现象(Cohn, Fehr, & Maréchal, 2014)。研究者认为，这是因为银行业的企业文化实际上鼓励了从业者的不诚信。

由此可见，信任主题可能会调节经济人信念对信任的影响，研究者通过两项实验证实了这一点(刘国芳，辛自强，林崇德，2016)。在一项实验中同样采用通过抄写活动学习经济人信念的做法，实验组抄写一段经济人信念的介绍性短文，控制组抄写一段有关心理学研究方法的短文；然后测量了被试在 4 种主题下的信任：向陌生人借钱，听取陌生人的消费建议，向陌生病人捐赠，支持陌生候选人选举。结果表明，在消费主题下实验组信任水平比对照组更低，而在其他主题下两组没有差异。另一项实验采用造句任务启动被试的经济人信念。被试均需完成 10 个造句任务，在每个造句任务中，被试需要从 5 个双字词中选 4 个组成一个语法正确的句子，如“动物、肥沃、有些、土壤、非常”可以造句为“有些土壤非常肥沃”。实验组被试的 10 个句子里有 5 个包含与经济相关的词汇(利润、市场、贸易、经济、消费)，这被用来激活被试的经济人信念；控制组被试的 10 个句子都是由与经济无关的词汇组成。然后，同样在 4 种主题下测量信任，结果也表明，只在消费主题下实验组信任水平比对照组更低，而在其他主题下两组没有差异。

总之，在这两项实验中，经济人信念对信任的影响都更容易出现在消费这类经济主题下，而不是捐赠和选举这类社会领域中。需要指出的是，借钱本来是个经济主题，但因为它在 4 个主题中风险度最高，信任最低，出现了“地板效应”。这两项实验结果表明，经济人信念对信任的影响只是出现在了风险度不太高的经济主题下(听取陌生人消费建议)，其破坏作用存在“领域性”，似乎不会蔓延到社会领域。但这个看似令人乐观的结果还有待进一步确证，其原因也可能部分在于实验中对经济人信念的操控相对都是暂时的或微弱的。那些长期从事经济类专业学习或浸淫在经济活动中的人们是否也如此，还有待研究。

3.4 市场化对信任影响的社会传递：微观的实验和调查证据

已有研究发现，他人的不道德行为会降低旁观者的道德水准，即“坏苹果效应”——一个坏苹

果带坏了一筐苹果(Gino, Ayal, & Ariely, 2009)。这一发现在信任中可能同样存在，即个体的信任水平会受到他人行为的影响。研究者(刘国芳, 辛自强, 林崇德, 2017)基于投资博弈对传递链方法(一种研究文化进化现象的实验方法，详见辛自强, 刘国芳, 2012)进行改编，研究了第三者的可信性水平对观察者信任水平的影响及其传递。

实验设置了可信(控制组)与不可信(实验组)两种实验条件。每种实验条件下共包含 9 条传递链，每条传递链进行 4 代。每一代的每条传递链中都需要信任者与 3 名被信任者分别进行配对并各完成一次投资博弈，即每名被试完成 3 次博弈，3 次博弈的平均收益作为被试的最终收益。在实验开始时，信任者可以看到并参考前一代信任者的所有博弈记录，然后开始进行自己的博弈。传递链上的第一代信任者被呈现给一份虚假的前一代信任者的博弈记录表，其中呈现给“控制组”被试的记录表中的被信任者具有较高水平的可信性，即对其信任者的返还额较高；呈现给“实验组”被试的记录表中的被信任者具有较低水平的可信性，即对其信任者的返还额较低。第一代被试博弈后，信任者的投资额和被信任者的返还额都被记录下来。然后，第二代的被试按照同样的程序进行投资博弈，所不同的是，呈现给第二至第四代信任者的是真实的上一代信任者的博弈记录。按照这样的程序直至四代传递链结束。

统计结果表明，第一代、第二代传递链上实验组(不可信组)被试的信任水平显著低于控制组(可信组)，即第三者的不可信行为破坏了旁观者的信任；但随着传递链的进行，被试的信任水平有线性增长趋势，且不可信组被试的信任水平增长幅度更大，到第四代传递链时，其信任水平与可信组被试的信任水平已无差异。这个文化进化实验说明，他人的不可信行为，会降低观察者的信任水平，即存在“坏苹果效应”——一个坏苹果会带坏其他苹果；但这种坏苹果效应存在“自限性”，随着被试带次更迭而逐渐减弱，最终信任水平会逐渐恢复。如上文所述，我们已经证明市场化对信任有破坏作用，在现实生活中这种信任被破坏的案例，可能造成“不诚信”的社会传递，但社会存在自我修复机制，毕竟因信任而获益的案例更多，坏苹果效应可能在传递中终止。

信任(或不信任)的社会传递不仅发生在一般的人际互动层面，从一代传递给下一代，而且在真实的亲代和子代之间也可能发生传递。父母的信任水平如果能预测子女的信任水平，就表明信任存在代际传递现象(池丽萍, 辛自强, 2013)。对 116 个家庭中子女(平均年龄 9.92 岁)及其父母的调查部分证实了这一现象，该研究表明父亲和母亲的信任水平不能预测女孩的信任水平，但均能显著正向预测男孩的信任水平(池丽萍, 2013)。这或许与父母对未成年孩子的信任教育有关，如父母常叮嘱孩子“在外面要小心，不要什么人的话都信”“防人之心不可无，上当受骗的都是实诚人”。父母可能是塑造子女人际信任的重要力量。由此可以合理地推论，如果父母的信任在市场化背景下受到削弱，这种对他人较低的信任预期可能部分地传递给孩子。

3.5　作为市场化伴生特征的竞争对人际信任的影响：声誉机制的重要性

在计划经济时代，生产、资源分配以及产品消费等各环节都由国家来控制，个体或组织并不需要为了自身的发展或利益而进行激烈竞争。然而，在当前的市场经济中，所有市场主体(个体、组织)都需要与其他主体进行竞争，以获取更多的资源和利润。当片面强调竞争而忽视了公平时，信任可能受到损害。

研究者发现，当陌生人之间为了获得更多的个人利益而进行竞争时，如果他们可以通过建立自身的好声誉而达到竞争的目的，那么竞争就会促进信任(Huck, Lünser, & Tyran, 2012)。竞争对信任的促进作用是条件性的，其中一个重要机制是“声誉”体系的存在。声誉可以促进信任与合作(诺瓦克, 海菲尔德, 2013)，但当声誉机制不存在时，竞争可能就会破坏信任与合作(刘国芳, 辛自强, 2011; Balliet, Mulder, & van Lange, 2011; Fernald, 2011)。声誉体系可以表现为一个群体中口耳相传的社会共识，也可以是一种基于明确制度的征信体系。过去几十年，随着我国从熟人社会转向陌生人社会，关于声誉的社会共识有所弱化，征信体系这类制度的建立相对迟滞，由此，竞争往往破坏信任。

另外，竞争对信任的影响会受到竞争形式的调节。竞争可以是群体间的，也可以是群体内的。已有研究表明，当群体间为了获得更高的物质报酬进行竞争时，群体内的成员之间会表现出更高

的信任与合作水平(Burton-Chellew, Ross-Gillespie, & West, 2010; Puurtinen & Mappes, 2009; Rebers & Koopmans, 2012); 而群体内竞争往往破坏群体内成员间的信任与合作(Barker, Barclay, & Reeve, 2012; de Dreu & Weingart, 2003; Liu, Lin, & Xin, 2014)。

总之, 竞争可能会影响信任, 但二者关系是复杂的, 受到一些条件变量(如声誉机制、竞争类型)的调节。在市场经济中, 竞争是争夺资源、实现个人利益的主要手段, 但那种无需顾及个人声誉的竞争、群体内部的竞争, 会损害信任。

3.6 作为市场化伴生特征的收入不平等对人际信任的影响：制度信任的解释

在我国市场化的历史进程中, 最初通过“放开”市场迅速激活人们的逐利热情, 让一部分人先富起来了, 之后实现共同富裕的过程却是艰难而漫长的。由此, 财富分配的不平等程度日趋加剧, 表现为基尼系数的持续走高, 基尼系数从 1980 年的 0.30 增加到 2009 年时的 0.45 (Xie & Zhou, 2014), 并一直保持在较高水平。可以说, 收入不平等或者贫富差距是我国市场化进程伴生的一个副产品(Xin & Xin, 2017)。

收入的不平等会改变人们的信任水平。申广军和张川川(2016)以中国县区级的基尼系数作为收入不平等指标, 以中国家庭追踪调查(2012)中的问题“一般来说, 您认为大多数人是可以信任的, 还是和人相处要越小心越好”来测量社会信任(也即人际信任), 他们发现基尼系数对社会信任的偏回归系数显著, 解释率为 29%, 这说明收入不平等可以负向预测社会信任。胡斌(2014)以中国东部、中部、西部的省级基尼系数作为收入不平等指标, 以 2010 年中国综合社会调查(CGSS)中的问题“总的来说, 您是否同意在这个社会上, 绝大多数人都是可以信任的”得分作为信任指标, 分析结果表明, 在全国范围内二者积差相关系数为−0.43, 其中, 中部地区相关系数为−0.79。上述证据, 以及其他一些调查结果都表明, 一个地区的居民收入越不平等, 他们的信任水平就越低(详见有关综述, 夏庆, 辛自强, 杨之旭, 2017)。

上述横向证据并没有反映收入分化的过程与信任变迁的关系。研究者将历年的基尼系数和大学生历年的人际信任得分进行滞后相关分析, 考察了二者的历时相关模式(Yang & Xin, 2019), 结果显示, 信任水平与 3 年前、2 年前的基尼系数均呈显著负相关(相关系数分别为−0.24、−0.20), 然而信任水平与此后的基尼系数无显著相关, 这说明两三年前的收入不平等程度预测了此后的信任水平。这一纵向分析结果, 与上述横向证据是一致的。

收入不平等对信任的破坏可能是通过削弱人们的制度信任或政治信任来实现的。在 2010 年的 CGSS 数据中有 3 道题目分别测量居民的人际信任和政治信任。“总的来说, 您是否同意在这个社会上, 您一不小心, 别人就会想办法占您的便宜”这题(反向计分)测量人际信任; 此外, 还让被试评价在多大程度上中央政府是可以信赖的, 以及地方政府是可以信赖的, 这两题体现了对中央和地方政府的政治信任。CGSS 还调查了被试在 2009 年的家庭年收入, 基于这个数据可以计算出每个省区的基尼系数。对这三类变量的统计结果表明, 基尼系数(收入不平等)确实与人际信任呈现显著负相关; 而且, 如果一个省区的收入越不平等, 则该省居民对地方政府的政治信任越低, 也报告了更低的人际信任, 也就是说, 对地方政府的政治信任在收入不平等和人际信任之间发挥中介变量作用; 但是, 对中央政府的政治信任并不是中介变量, 因为收入不平等是以省区为单位计算的, 它的得分与居民对中央政府的信任之间并无相关。

对地方政府的政治信任, 包含了人们对政府是否愿意并能够维持社会公正的看法, 收入不平等可能会损害人们对政府是否愿意或能够建构公平的收入分配制度的信任, 最终波及人际信任。因为制度信任为个体间的互动交往提供了基本框架, 人们以此为尺度来理解、预期和把握他人的活动, 这有助于降低人们行为的不确定性(陶芝兰, 王欢, 2006)。这就可以解释对地方政府的政治信任(类似于制度信任)在收入不平等与人际信任之间的中介作用。收入不平等可能通过降低人们的制度信任, 进而降低人们的人际信任(夏庆等, 2017)。

3.7 市场的双重特性：动力与规则属性对信任的不同影响

上文对“市场”的探讨, 主要考虑了市场的动力属性——它在激活人们逐利动机上的作用。利己、利益和竞争这些要素都属于市场的动力属性。

如同斯密(2005)认为的那样, 利己是经济活动、乃至所有社会活动的根本动机, 参与经济活动的主体(个人、企业)所追求的都是自身利益的最大化。而竞争则是市场经济的一个基本前提。在市场经济中, 竞争机制取代了计划经济中的国家分配, 市场中的所有个体和企业都需要和他人竞争, 以获取更多的利润和资源。

然而, “市场”不仅意味着“动力”, 也需要“规则”。好比一台机器拥有发动机和刹车, 市场这个机器也不例外。市场的发动机和刹车分别对应了它的两个根本属性: 动力和规则。动力是市场机器的发动机, 它使市场得以高速前行; 规则是市场机器的刹车, 它限定了动力的运作方式和界限, 保证了市场的发展在合理有效的范围内进行。

市场规则, 或称市场的规则属性, 是指市场经济中用以约束市场参与者行为的一系列规范和准则的总和。市场经济强调的自由竞争和自主经营决不是无序的、没有规则的, 市场参与者必须遵守一系列规范才能保证市场经济高效有序运行。从进化的角度看, 与陌生人交往是充满风险的, 但若在交往中存在一个“裁判”, 对违规行为进行惩罚, 那么在这种被惩罚的威胁下交易双方就会调整行为, 遵守承诺, 这就降低了个体与陌生人交往的风险。市场规则就是市场交易中的“裁判”。市场规则虽然限制了市场参与者的行为, 但同时也保证了他们的财产安全以及信任行为的安全。就像日裔经济学家青木昌彦(2001, p.15)所说: “市场参与者受制于市场规则, 也受益于市场规则”。市场规则的发育程度可能对人际信任产生重要影响。

研究者通过多项实验考察了市场两种属性对信任的影响, 尤其关注了市场规则的作用(Zhang & Xin, 2019)。首先, 通过市场启动任务模拟了市场化过程对信任的影响。市场启动任务可以在人们的脑海中激活或加强市场概念, 从而使人们在完成后续任务时都处于“市场”状态下。这类似于市场化改革引入市场概念这一过程。市场启动是通过“找词游戏”完成的, 它要求参加实验的被试在一个 10×10 的网格中(每格 1 个字, 有些上下左右相邻的两个字可能组成一个有意义的词汇)找出 12 个目标词汇。启动组的目标词汇中有 9 个与市场有关(如“贸易”和“利润”), 控制组对应的 9 个词汇则与市场无关(例如“窗户”和“动物”), 两组剩余的 3 个词语相同。对比控制组, 启动组在完成找词游戏后, 他们的脑海中就被“导入”了市场概念。完成找词游戏后, 被试参与投资博弈, 以测量信任。有 96 名来自各行业的职场员工参与了这项实验, 结果显示, 控制组平均投资了 6.59 元(初始资金为 10 元), 而启动组平均只投资了 5.18 元, 投资金额显著少于控制组。这表明, 市场概念的引入或激活, 降低了人们的信任水平, 他们更不相信别人。可见, 市场化的确会腐蚀信任。

其次, 区分考察市场的规则和动力属性各自对信任的影响(Zhang & Xin, 2019)。研究者首先让所有参加实验的人都接受了市场启动。接着, 将他们分成两组, 一组阅读有关市场规则的 4 项描述(如“市场拥有保证与陌生人安全交易的制度体系”), 另一组则阅读有关市场动力的 4 项描述(如“市场鼓励人们追求自身利益的最大化”)。在阅读完成后, 要求他们从 4 项描述中选出一项最赞同的描述。通过这种方法, 分别凸现了市场的两种属性: 规则属性和动力属性。然后, 通过投资博弈测量了被试的信任水平。对 67 名职场员工的实验结果表明, 阅读市场规则材料那组平均投资了 6.62 元, 而阅读市场动力材料那组平均只投资了 4.82 元, 投资金额显著少于规则组。由此可见, 市场的动力属性是导致市场化进程中信任衰落的“元凶”, 而市场的规则属性则是市场化进程中信任的“保护者”。

最后, 从宏观角度考察了市场规则对信任的作用(Zhang & Xin, 2019)。市场规则有利于人们相互信任, 但现实的情况似乎是我国的市场规则发育不足, 破坏市场规则的情况有不断增加的趋势。该研究使用了以下两个指标综合反映市场规则被破坏的程度: 一是每年“人民检察院决定起诉破坏社会主义市场经济秩序案件数”与“人民检察院决定起诉案件数”之比(下简称“起诉比”), 以及“决定逮捕犯罪嫌疑人的破坏社会主义市场经济秩序案件数”与“人民检察院批捕、决定逮捕犯罪嫌疑人案件数”之比(下简称“逮捕比”)。结果发现, 这两个比值与市场化指数大致都呈现逐年上升的趋势, 而且 3 年前的市场化指数可以显著负向预测当年的市场规则破坏水平, 其中对“起诉比”和“逮捕比”的变异解释率分别为 45.7%和 45.5%。这说明市场化的不断推进带来了更严重的规则破坏现象, 市场化程度越高, 破坏市场规则的事件就

越多。而且，起诉比和逮捕比都能显著负向预测大学生的人际信任变迁(解释率均约为 4%)，即市场规则破坏水平越高，人们越不相信他人。这项研究从宏观层面说明，当对信任起保护作用的市场规则被破坏时，信任“失去保护”后自然会受到动力等因素的破坏。

3.8 潜规则对信任的破坏作用

市场规则的破坏实际是在破坏正式的市场制度或“显规则”，而“潜规则”则在滋生和蔓延。与法律和道德所规定或宣扬的正式的“显规则”不同，综合已有学者的定义(梁碧波，2004；吴思，2001)，“潜规则”是指违反正式规则(法律、政策和各项规章制度)和道德的、不能公开但是在各自的领域内得到大多数人默许和遵守的、并能以较低成本带来较高利益的一套规则体系(辛素飞，辛自强，林崇德，2017)。虽然市场化不必然意味着潜规则的盛行，但当下的现状确实如此。

近 20 年，一些历史学者(如吴思，2001)注意到了潜规则在中国人社会生活中的普遍存在。调查也显示，60% 的人认为潜规则“大量存在”，64.6% 的人有接触潜规则的经历(鲁芳，2013)。举例来说，有些停车场的管理员往往很快就发明一种潜规则：若司机要停车费发票，照原价收费；若不要发票，则可以降低收费，司机少交些钱就可以，但因为无收费凭证，这笔钱很容易落入私囊。这种潜规则游离于主体制度体系之外，采取潜规则的行事方式虽然增加了个人收益，但可能严重损害群体利益，破坏显规则和制度的公正性。

在市场经济发展的过程中(特别是初期)，如果法律等显规则体系不完备(无法可依)或得不到遵从(有法不依)，而人们的经济人信念、物质主义价值观等又被充分激活，这可能导致潜规则的流行。因此，有必要探讨中国人对潜规则的认同状况及其对信任的影响(辛素飞 等，2017)。当前对潜规则的研究主要是以历史资料分析和逻辑思辨的方式进行的，实际上，潜规则可被视为一种传播的文化，在偶然出现之后逐渐在社会中流行开来，成为群体文化。辛素飞(2016)基于公共物品博弈对“固定组方法” (一种研究文化进化现象的实验方法，详见辛自强，刘国芳，2012)进行了改编，研究了潜规则的演化过程，并考察了潜规则文化对信任的破坏作用。

在公共物品博弈中，若干被试(本研究中是 6 人一组，代号为 A、B、C、D、E、F)组成一个小组，每个被试拥有 S 的初始资金(本研究中为 10 元人民币)，他们可以决定向“公共物品”捐赠 X (0≤X≤S)，公共物品获得的量将是 3X，每个被试捐赠的 X 在乘以 3 并汇总后，在所有小组成员间进行平均分配。每个小组成员的收益等于 $10 - X + (3X_A + 3X_B + 3X_C + 3X_D + 3X_E + 3X_F)/6$。在该博弈中，如果所有人都全部捐赠自己的资金，每个人都将获利最大。但是，如果一个被试不捐赠，而其他人捐赠，该被试将拥有最高获利。

实验设置了实验组和控制组两种条件，实验组中包含 30 名真被试和 1 名假被试，30 名真被试随机分为 6 个小组，每小组 6 人，都是由该假被试和 5 名真被试组成。控制组只包含 30 名真被试，被随机分成 5 个小组。博弈任务“规定” (显规则)每个人都必须向“公共物品”捐赠一定数额的钱(大于 0 元)，在下一轮开始前给被试呈现上一轮小组成员的捐赠和收益情况。实验组中的假被试在第二轮博弈时不再向公共物品捐赠，由于该行为违背了明确要求的博弈规则，因而被视为一种潜规则。控制组被试继续按原博弈规则进行。当某实验组的 6 人中有半数以上成员选择捐赠 0 元时就终止博弈，认定小组已经形成了较为普遍的“潜规则文化”。由实验者根据实验组的博弈轮次决定何时终止控制组的博弈，以使两种实验条件下的博弈轮次相等。最后，使用 6 点计分量表测量被试的一般信任、制度信任和情境信任。

结果发现，实验组中有一组到第四轮出现捐 0 元人数过半，各有两组分别到第五轮和第六轮出现捐 0 元人数过半，一组到第七轮出现捐 0 元人数过半。整体而言，实验组中捐 0 元的被试(21 人)显著多于捐 0 元以上的被试(9 人)，实验组被试对潜规则的认同显著高于控制组被试；而且，实验组被试的一般信任、制度信任、情境信任水平全部显著低于控制组被试，可见群体中形成的潜规则文化破坏了被试的信任。该方法通过真人模拟实验再现了潜规则的形成与流行过程，并证明了它对信任的抑制作用。如上所述，在我国的市场化进程中，违背市场规则的现象不仅发生率较高，而且有增加势头，这些对规则的破坏往往是以“潜规则”的形式出现的，它不仅损公肥私，而且成了信任衰落的原因之一。

4 总结与讨论

4.1 基本结论：市场化抑制人际信任

先前的文献已经反复证明人际信任对经济发展的促进作用，但这并不意味着“反之亦然”。对于经济发展或市场化进程如何影响人际信任，虽然之前缺少系统研究和理论建构，但本文综合近年来我们的研究得到的一系列宏观和微观证据，可以得到如下基本结论：第一，笼统来说，无论是纵向来看，还是横向来看，我国的市场化进程预测，甚或导致了人际信任的下滑。第二，具体来说，市场化对人际信任的抑制作用主要来自于市场的动力属性，这种动力属性指市场的利益激励、竞争机制以及伴生的收入不等等因素；然而，市场或社会所包含的规则属性，如市场规则、征信系统(声誉机制)、显规则等因素则能保护人际信任，不过，代表显规则被破坏的潜规则文化以及市场违规现象会削弱人际信任。第三，市场化带来的市场概念表征、经济人信念等因素是宏观经济背景影响个体的人际信任这类心理变量的中介机制。

4.2 市场与社会(信任)的关系及其人性意涵

通常，经济学家会将“市场经济”和“计划经济”作为一对相互对立的概念来使用，这对概念确实可以刻画新中国成立以后的经济体制转型过程，即从计划经济走向市场经济。计划经济的本质是政府代表国家在生产资料配置和产品分配中发挥支配作用；而市场经济则要发挥市场在资源配置中的决定性作用。如果单就经济体制本身而言，这个分析框架是合理的。

然而，就整个国家和社会的治理架构而言，我们必须看到不只是政府和市场在发挥作用，还有一个“社会”体系在起作用(辛自强, 2018)。从政府、市场、社会三者入手，分析其复杂关系，是理解我国现代社会结构和运行特点的基本框架。我国经济发展不仅受“市场”这只看不见的手和“政府”这只看得见的手指挥，还受到“社会”这只无形的手影响，并反过来影响社会。纵向来看，在整个国家生活中，市场的作用空间在过去几十年是不断扩大的，而社会空间似乎在压缩(图 1)。我国从传统社会向现代社会的演进过程中，不断市场化是其典型特征，这种市场化在一定程度上侵蚀了社会空间，包括消蚀了经济发展的基础——人际信任。

本文探讨的市场化和人际信任的关系，实际上是市场和社会二者关系的一个侧面，因为人际信任是重要的社会特征变量。人际信任衡量了他人，特别是陌生人在多大程度上可以信赖，是人际关系质量的晴雨表，而社会在本质上就是人与人的关系。我国的市场经济制度并非本土自然生长出来的，而是 1978 年改革开放后，国家主动选择从西方移植并结合我国国情不断改造的结果，最后逐渐形成中国特色的社会主义市场经济制度。我国国情的一个方面是源自传统社会结构的人伦文化、社群主义，再加上新中国成立后形成的集体主义。这些因素都带来了较高的社会信任，这种高信任实际上促进了上个世纪 80 年代及此后经济的高速发展。就如同国外学者证明的，信任的提高会带来更高的经济发展速度(Algan & Cahuc, 2013; Bjørnskov, 2012; Knack & Keefer,

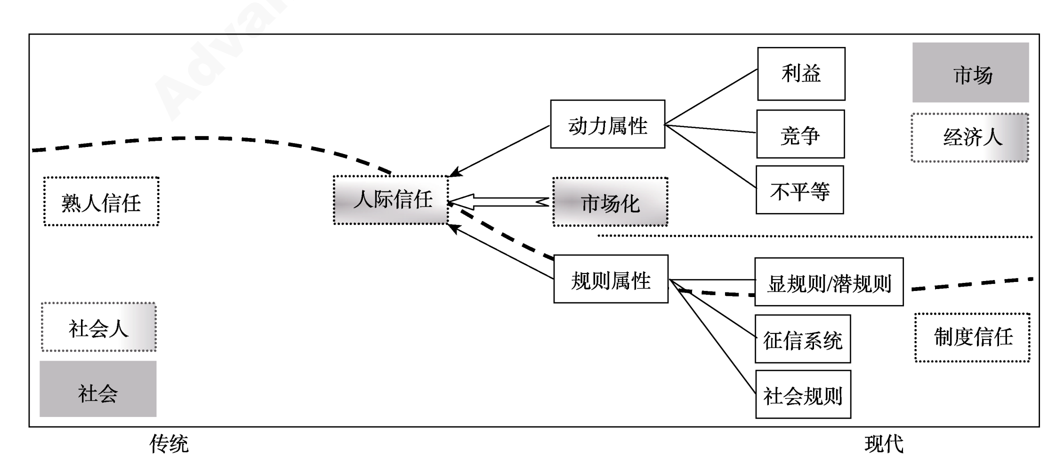


图 1 市场化与信任变迁关系的分析框架

1997)。我国传统上的高信任主要限制于熟人信任，在一个熟人社会中，人们会不断“重逢”，重逢是保护信任的最主要因素。我国乡镇企业曾一度高速发展，就离不开这种熟人信任的支撑，乡镇企业的用工，尤其是管理层往往局限在血缘、姻亲、乡邻等组成的熟人圈子里。然而，随着社会变迁，熟人社会不断退缩，陌生人社会不断扩展。在陌生人社会中，信任的建立必须以制度保障为前提，制度信任是人际信任的后盾。由于新制度的建立是一个缓慢而长久的过程，新旧制度之间因而存在较大的空档期、混乱期，这恰恰是我国过去几十年来人际信任的衰落期。

更为重要的是，在市场化推进过程中，市场的动力属性和规则属性并没有同步确立或发挥作用，两个方面存在明显的“不平衡”。首先是市场的动力属性率先迅速彰显，利益、竞争等因素激活了人们的经济人信念，激励人们投入火热的经济活动中；然而，原有的社会和市场规则一再被打破，通过违规而获利(往往以潜规则形式出现)甚至一度成为常态，新的、有约束力的规则迟迟无法建立。市场的动力属性天然符合人类趋利避害的本性，是市场机制的本然属性，只要引入市场机制，就自然鼓励人们逐利和竞争。其规则属性却不是一开始就存在的，要逐步建立、推行和完善。换言之，动力属性是市场先天拥有的，而规则属性需要后天培育。后天培育市场规则并非易事，因为市场规则类似于公共物品，人人皆想从中获益却不愿为其付费(周军, 2004)。市场动力属性的凸显，让人们认识到人皆自利，会利用对其信赖而谋取个人利益，故不敢信任别人；加之缺乏规则的保护，人们更不敢信任别人。市场或社会规则的根本作用是惩戒违规行为，降低信任风险，然而，我国市场化进程中，规则发育的不足和缓慢必然将人们的信任置于险境。

对于市场这台机器而言，动力属性好比发动机，规则属性好比刹车，两者缺一不可。一个只有“刹车”没有“发动机”的市场是死板停滞的，而一个只有“发动机”没有“刹车”的市场却是失控和可怕的。只有在动力属性和规则属性的协同作用下，“市场机器”的运作才可能是既高速又稳定的(Zhang & Xin, 2019)。这里说的规则，不仅仅是市场自身应有的市场规则，还包括更广泛的社会规则(包括制度、道德伦理规范等)，这些规则的发育不足会让市场成为弱肉强食的丛林世界，会鼓励无底线的逐利、投机、欺骗，最终会消蚀信任这一经济发展的支撑因素。就如同福山(2002, p.224)所说“只需要一个特别精明的投机者，就会把天使变为不可信任的凡人。”然而，无论是市场规则还是社会规则，都是一种公共产品，政府应该是这些公共产品的提供者和维护者，否则，政府就会丧失人们对其的政治信任或制度信任。以上文讨论的收入不平等为例，适度的收入差距可以激励贫困者、后富者奋起直追，但过大的收入差距可能让他们丧失对制度公平性的信念，不再信任制度和政府的合法性。可见，收入不平等是个双刃剑，可以作为市场动力属性的一个方面，也可以成为规则属性的负面指标。政府要善用这把双刃剑，既要通过市场的动力属性激励市场主体的创富动机，更要建立明晰、有效的规则，规范市场主体的行为，确保公平公正，保护人们的善心和信任。例如，政府建立个人和企业征信系统，就是保护信任的重要制度和规则基础。

“任何经济理论都需要建立在一套合理的人性理论上(舍默, 2009, p.157)。”要理解我国的市场化进程，理解市场和社会的关系，也要看到其背后的人性问题。人性是多元的，至少可以区分出“经济人”和“社会人”这两重属性(辛自强，张红川，孙铃，于泳红，辛志勇，2018)，人类应该同时是自利导向和社会规范导向的行动者(Fehr & Gintis, 2007)。市场，尤其是其动力属性，之所以能促进经济发展和财富创造，是因为符合了经济人的逐利本性。然而，人还是一个社会存在，有其社会本质，狭隘的逐利本性和自私行为会破坏社会关系，包括破坏人际信任。社会规范与道德的存在就是为了约束人的自利本性，确保群体利益。人类在最近 10 万到 1 万年的进化中，还一直生活在百人规模的小群落里(之前规模可能更小)，靠采集和狩猎为生，而且各个群落相距遥远(费斯汀格，2018)，信任、互惠、合作是个体与群体生存必须的品质要求，无论是从亲缘选择还是群体选择的角度都可证明这些品质对进化的重要性(诺瓦克，海菲尔德, 2013)。在最近 1 万年的大部分时间里，人类虽然走向了定居，有了农业生产、少量的贸易和市场交换，社会变得更加庞大而复杂，但日常人们依然生活在类似群落的熟人社会中，进化中形成的积极社会性品质依然得以延续。但最近

几百年来的市场经济，在重新复活经济人的本性(自利是天生本性)，而削弱社会人的品行，这在一定程度上会给人类造成恶果。因此，我们必须确保亘古而来的经济人和社会人双重人性的平衡，确保市场和社会的关系平衡，或者说确保动力属性以及规则属性(包括市场规则与社会规则)的平衡。政府的责任就是要适度创立和维护规则，以维系这种平衡。

信任的衰落并非只发生在中国，美国、英国等西方国家普遍存在信任下滑问题(福山, 2002; 柯维, 梅丽尔, 2011; 尤斯拉纳, 2006; Bjørnskov, 2012; Rahn & Transue, 1998)，这一现象的普遍存在，不得不让我们反思在全世界范围内具有广泛影响的新自由主义思潮所存在的问题。新自由主义思想产生已百年之久，其中几经嬗变，当前的新自由主义思潮高度重视市场化的作用，认为“离开了市场就谈不上经济，无法有效配置资源，反对任何形式的国家干预” (中国社会科学院“新自由主义研究”课题组, 2003, pp.18−19)。单纯强调市场的作用，也就是动力属性的作用，会损害信任。仅靠市场自身，似乎难以产生整体性的秩序和系统的规则以保护信任者。国家应该在市场规则制定和实施方面发挥合理的作用。政府和其他国家机构“不能仅仅具有管理宏观经济的能力，还必须有规范某些形式的市场行为的能力” (张佳华, 鞠成伟, 2018, p.43)。新自由主义者虽然强调市场化并反对国家干预，但我们应可走出一条有中国特色的道路，协调发挥市场、社会、国家三者的作用。研究者要在三者相互作用的框架下，“如实”考察市场化与信任变迁的关系，为国家治理提供一些依据。

4.3 结语

社会科学家(如经济学家、社会学家)往往习惯于宏观地思考和讨论经济发展和社会变迁本身，但很少考察其心理后果。心理学家们则大多埋头于实验室，精细考察某种认知过程或者调查各种心理变量之间的关联，而很少想到如何定量考察“市场化”这种宏观背景对心理的影响。近些年来，有关市场化与信任变迁关系的大量证据的积累，已经让我们确认了“市场化抑制人际信任”的观点，这一观点至少符合了我国过去和当前阶段市场化进程中的一个基本现实。这一观点具有重要的理论和现实意义。

就如同瓦戈(2007, p.274)所说：“经济利益的实现，是有关不发达社会的文章中谈到最多的当务之急。但是，却很少有文章谈到为获得快速经济增长率而带来的日益增长的痛楚。”这个痛楚，包括很多群体增加的心理健康问题(Xin, Niu, & Chi, 2012)，也包括本文所说的信任衰落。关于我国经济发展速度的放缓，可以从人口红利的减少、国际贸易结构的改变、自然资源的约束等很多角度来解释，此外，我们相信过去几十年的市场化对信任的消蚀作用，实际上破坏了经济可持续发展的心理资源基础——信任。简单说，人际信任的衰落也是经济发展速度放缓的原因之一。我国正在走出原始市场经济(仅以放开动力属性为特征)的阶段，而转向一个动力属性和规则属性平衡的市场经济新阶段或新时代。近年来对市场规则的重视，对包括征信体系在内的各类制度建设的重视，或许正在发挥积极作用，由此，遏制信任下滑趋势，乃至信任的恢复和重建已是可以期待的事情了。近期，信任下滑趋势的减缓，暗示了一个乐观的未来，虽然我们还要做出更多的有远见的努力。我们不应反对市场经济，而是要期待一种更健康的市场经济——基于规则，特别是诚信体系的市场经济。

参考文献

池丽萍 (2013). 信任: 父母的代内相似和亲子的代际传递. *心理学报*, *45*(3), 336–344.

池丽萍, 辛自强 (2013). 信任代际传递的中介机制: 一个概念模型. *首都师范大学学报(社会科学版)*, (1), 140–147.

樊纲, 王小鲁, 马光荣. (2011). 中国市场化进程对经济增长的贡献. *经济研究*, (9), 4–16.

樊纲, 王小鲁, 朱恒鹏. (2010). *中国市场化指数*. 北京: 经济科学出版社.

费斯汀格. (2018). *人类的遗产: "文明社会"的演化与未来* (林小燕译). 北京: 中国人民大学出版社.

福山. (2001). *信任: 社会美德与创造经济繁荣* (彭志华译). 海口: 海南出版社.

福山. (2002). *大分裂: 人类本性与社会秩序的重建* (刘榜离等译). 北京: 中国社会科学出版社.

胡斌. (2014). *收入不平等与信任水平的关系研究: 以CGSS2010为例* (硕士学位论文). 复旦大学.

吉登斯. (2000). *现代性的后果* (田禾译). 北京: 译林出版社.

柯维, 梅丽尔. (2011). *信任的速度: 一个可以改变一切的力量* (王新鸿译). 北京: 中国青年出版社.

梁碧波. (2004). "潜规则"的供给、需求及运行机制. *经济问题*, (8), 14–16.
刘春晖, 辛自强, 林崇德. (2013). 主题情境和信任特质对大学生信任圈的影响. *心理发展与教育*, *29*(3), 255–261.
刘国芳, 辛自强. (2011). 间接互惠中的声誉机制: 印象、名声、标签及其传递. *心理科学进展*, *19*(2), 233–242.
刘国芳, 辛自强, 林崇德. (2016). 经济人信念对信任的影响: 信任主题的调节作用. *心理科学*, *39*(1), 166–171.
刘国芳, 辛自强, 林崇德. (2017). 人际信任中的坏苹果效应及其传递. *心理与行为研究*, *15*(5), 691–696.
卢曼. (2005). *信任: 一个社会复杂性的简化机制* (瞿铁鹏, 李强译). 上海: 上海人民出版社.
鲁芳. (2013). 关于潜规则影响国民道德行为选择的实证研究. *伦理学研究*, (1), 78–84.
马得勇. (2008). 信任、信任的起源与信任的变迁. *开放时代*, (4), 72–86.
牛江河, 辛自强. (2009). 不同主题和风险下的人际信任: "信任圈"的中、加比较. *心理发展与教育*, *25*(2), 61–67.
诺瓦克, 海菲尔德. (2013). *超级合作者* (龙志勇, 魏薇译). 杭州: 浙江人民出版社.
青木昌彦. (2001). *比较制度分析* (周黎安译). 上海: 上海远东出版社.
舍默. (2009). *当经济学遇上生物学和心理学* (闾佳译). 北京: 中国人民大学出版社.
申广军, 张川川. (2016). 收入差距、社会分化与社会信任. *经济社会体制比较*, (1), 121–136.
斯密. (2005). *国富论* (唐日松等译). 北京: 华夏出版社.
陶芝兰, 王欢. (2006). 信任模式的历史变迁—从人际信任到制度信任. *北京邮电大学学报(社会科学版)*, *8*(2), 20–23.
瓦戈. (2007). *社会变迁* (王晓黎等译). 北京: 北京大学出版社.
王俊秀, 杨宜音. (2013). *中国社会心态研究报告 (2012-2013)*. 北京: 社会科学文献出版社.
吴思. (2001). *潜规则: 中国历史中的真实游戏*. 昆明: 云南人民出版社.
夏庆, 辛自强, 杨之旭. (2017). 收入不平等与信任的关系: 宏观与微观研究进展. *心理技术与应用*, *5*(5), 299–307.
辛素飞. (2016). *潜规则认同及其对信任的影响* (博士学位论文). 北京师范大学.
辛素飞, 辛自强, 林崇德. (2017). 潜规则认同及其与信任的关系. 载于杨宜音主编, *中国社会心理学评论*(第 13 辑, 31-43). 北京: 社会科学文献出版社.
辛自强. (2014). 经济心理学的历史、现状与方法论. *北京师范大学学报 (社会科学版)*, (1), 44–52.
辛自强. (2018). 观察中国社会治理的理论视角及其超越. *中州学刊*, (5), 68 –73.
辛自强, 窦东徽, 陈超. (2013). 学经济学降低人际信任? 经济类专业学习对大学生人际信任的影响. *心理科学进展*, *21*(1), 31–36.
辛自强, 刘国芳. (2012). 文化进化的实验与非实验研究方法. *北京师范大学学报 (社会科学版)*, (3), 5–13.
辛自强, 张红川, 孙铃, 于泳红, 辛志勇. (2018). 财经素养的内涵与三元结构. *心理技术与应用*, *6*(8), 450–458.
辛自强, 周正. (2012). 大学生人际信任变迁的横断历史研究. *心理科学进展*, *20*(3), 344–353.
尤斯拉纳. (2006). *信任的道德基础* (张敦敏译). 北京: 中国社会科学出版社.
张佳华, 鞠成伟. (2018). 新自由主义市场规制理论及其批判. 国外理论动态, (8), 34–43.
张维迎, 柯荣住. (2002). 信任及其解释: 来自中国的跨省调查分析. *经济研究*, (10), 59–70.
中国社会科学院"新自由主义研究"课题组. (2003). 新自由主义研究. *马克思主义研究*, (6), 18–31.
周军. (2004). 论市场规则及其构成要素. *武汉理工大学学报 (社会科学版)*, *17*(2), 165–168.
朱时艺. (2006). 信任危机的社会心理分析. *郑州航空工业管理学院学报(社会科学版)*, *25*(3), 61–62.
Algan, Y., & Cahuc, P. (2013). Trust and growth. *Annual Review of Economics*, *5*, 521–549.
Al-Ubaydli, O., Houser, D., Nye, J., Paganelli, M. P., & Pan, X. S. (2013). The causal effect of market priming on trust: An experimental investigation using randomized control. *PLoS ONE*, *8*(3), e55968.
Balliet, D., Mulder, L. B., & van Lange, P. A. (2011). Reward, punishment, and cooperation: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, *137*(4), 594–615.
Barker, J. L., Barclay, P., & Reeve, H. K. (2012). Within-group competition reduces cooperation and payoffs in human groups. *Behavioral Ecology*, *23*(4), 735–741.
Becker, G. (1976). *The economic approach to human behavior*. Chicago: University of Chicago Press.
Beugelsdijk, S., de Groot, H., & van Schaik, A. (2004). Trust and economic growth: A robustness analysis. *Oxford Economic Papers*, *56*(1), 118–134.
Bjørnskov, C. (2012). How does social trust affect economic growth?. *Southern Economic Journal*, *78*(4), 1346–1368.
Burton-Chellew, M. N., Ross-Gillespie, A., & West, S. A. (2010). Cooperation in humans: Competition between groups and proximate emotions. *Evolution and Human Behavior*, *31*(2), 104–108.
Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
Cohn, A., Fehr, E., & Maréchal, M. A. (2014). Business culture and dishonesty in the banking industry. *Nature*, *516*(7529), 86–89.
Cohn, A., Maréchal, M. A., Tannenbaum, D., & Zünd, C. L. (2019). Civic honesty around the globe. *Science*, *365*(6448), 70–73.
de Dreu, C. K., & Weingart, L. R. (2003). Task versus

relationship conflict, team performance, and team member satisfaction: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, *88*(4), 741–749.

Dinello, N. (1998). Russian religious rejections of money and homo economicus: The self-identifications of the "pioneers of a money economy" in post-Soviet Russia. *Sociology of Religion, 59*(1), 45–64.

Doucouliagos, C. (1994). A note on the evolution of homo economicus. *Journal of Economic Issues, 28*(3), 877–883.

Dyer, J. H., & Chu, W. (1997). *The economic value of trust in supplier-buyer relations*. Paper presented at the Academy of Management Meetings in Boston, MA, August 13, 1997.

Fehr, E., & Gintis, H. (2007). Human motivation and social cooperation: Experimental and analytical foundations. *Annual Review of Sociology, 33,* 43–64.

Fernald, R. D. (2011). Animal cooperation: Keeping a clean (ing) reputation. *Current Biology*, *21*(13), 508–510.

Gino, F., Ayal, S., & Ariely, D. (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior: The effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science, 20*(3), 393-398.

Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H., & McElreath, R. (2001). In search of homo-economicus: Behavioral experiments in 15 small-scale societies. *American Economic Review, 91*(2), 73–78.

Henrich, J., Ensminger, J., McElreath, R., Barr, A., Barrett, C., Bolyanatz, A., ... Ziker, J. (2010). Markets, religion, community size, and the evolution of fairness and punishment. *Science, 327*(5972), 1480–1484.

Herrmann, B., Thoni, C., & Gachter, S. (2008). Antisocial punishment across societies. *Science, 319*(5868), 1362–1367.

Huck, S., Lünser, G. K., & Tyran, J. R. (2012). Competition fosters trust. *Games and Economic Behavior*, *76*(1), 195–209.

Knack, S., & Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics, 112*(4), 1251−1288.

Liu, G. F., Lin, C. D., & Xin, Z. Q. (2014). The effects of within- and between-group competition on trust and trustworthiness among acquaintances. *PLoS ONE*, 9(7), e103074.

Medrano, J. D. (2015). *Interpersonal trust*. Retrieved June 16, 2015, from http://www.jdsurvey.net/jds/jdsurveyActualidad.jsp?Idioma=I&SeccionTexto=0404&NOID=104

Niu, J. H., Xin, Z. Q., & Martins, N. (2010). Trust discrimination tendency in average citizens at in-nation and out-nation levels in Canada, China and the United States. *International Journal of Psychological Studies, 2*(1), 12–24.

Pillutla, M. M., & Chen, X. (1999). Social norms and cooperation in social dilemmas: The effects of context and feedback. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 78*(2), 81–103.

Puurtinen, M., & Mappes, T. (2009). Between-group competition and human cooperation. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences, 276*(1655), 355–360.

Rahn, W. M., & Transue, J. E. (1998). Social trust and value change: The decline of social capital in American youth, 1976-1995. *Political Psychology, 19*(3), 545–565.

Rebers, S., & Koopmans, R. (2012). Altruistic punishment and between-group competition. *Human Nature, 23*(2), 173–190.

Reeson, A., & Tisdell, J. (2010). The market instinct: The demise of social preferences for self-interest. *Environmental and Resource Economics, 47*(3), 439–453.

Roth, F. (2009). Does too much trust hamper economic growth? *Kyklos, 62*(1), 103–128.

Whiteley, P. F. (2000). Economic growth and social capital. *Political Studies, 48*(3), 443–466.

Xie, Y., & Zhou, X. (2014). Income inequality in today's China. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 111*(19), 6928–6933.

Xin, Z. Q., Niu, J. H., & Chi, L. P. (2012). Birth cohort changes in Chinese adolescents' mental health. *International Journal of Psychology, 47*(4), 287–295.

Xin, Z. Q., & Liu, G. F. (2013). Homo economicus belief inhibits trust. *PLoS ONE*, *8*(10), e76671.

Xin, Z. Q., & Xin, S. F. (2017). Marketization process predicts trust decline in China. *Journal of Economic Psychology, 62*, 120–129.

Yang, Z. X, & Xin, Z. Q. (2019). Income inequality and interpersonal trust in China. Submitted manuscript.

Zak, P., & Knack, S. (2001). Trust and growth. *The Economic Journal, 111*(April), 295–321.

Zhang, Y., & Xin, Z. Q. (2019). Rule comes first: The influences of market attributes on interpersonal trust in the marketization process. *Journal of Social Issues, 75*(1), 286–313.

Marketization and interpersonal trust decline in China

XIN Ziqiang

(*Department of Psychology at School of Sociology and Psychology, Central University of Finance and Economics, Beijing* 100081, *China*)

Abstract: During the process of marketization in China, we have to face a clear fact that interpersonal trust has been declining year after year. Although previous literature has repeatedly revealed the positive effect of trust on economic development, it seldom concerned the role of market economy development in trust changing. By integrating recent micro and macro evidence, it is found that marketization process has served as a role of inhibiting trust in China. Concretely, with the establishment of market economy in China, the impetus attribute of market has been fully developed by encouraging people to seek self-interest maximization and compete with each other, which activates their strong motivation to accumulate wealth on the one hand, whereas which also leads the popularity of homo economicus belief in people, and destructs those trustees' optimistic expectation of human nature on the other hand. However, the corresponding market rules and social rules are too underdeveloped to protect trustees. As a result, the process of marketization has been eroding the basis of economic development: trust, and leads to the trust decline. Therefore, building rule-based and credit-based market economy is a necessary pathway to prevent trust from declining and rebuild a high-trust society.

Key words: interpersonal trust; market economy; marketization; rule; human nature

作者简介：辛自强，中央财经大学社会与心理学院院长、教授。从事经济心理和社会心理研究，主持国家社科重大、重点、一般课题多项，发表学术论文 200 余篇，被引用 7000 余次，出版《心理学研究方法》《心理学研究方法新进展》等专著教材 8 部，4 次获省部级奖励。目前担任教育部心理学类专业教指委委员、中国心理学会经济心理学专业委员会主任、中国社会心理学会社会心理服务专业委员会主任、《心理技术与应用》杂志主编等学术兼职。